



El ciberperiodismo en Ecuador. Casos de estudio La Hora y Crónica, periódicos de Loja

*Diana Rivera**

Resumen

La investigación presenta los resultados del ciberperiodismo en Ecuador, a partir de un trabajo realizado en 2009. El objetivo fue analizar las ediciones impresas y digitales de los diarios *Crónica de la Tarde* y *La Hora*, de la ciudad de Loja, para determinar si la estructura, forma y organización de los contenidos periodísticos de los diarios en sus dos versiones son equivalentes. En el ámbito temático de la información, en la portada de los dos cibermedios analizados, los contenidos se presentan idénticos a sus ediciones tradicionales. Esto se debe básicamente a que los medios aún se manejan bajo un traslado de contenidos, no existen salas de redacción especializadas que generen información para la red.

Palabras clave: Ciberperiodismo, ciberparticipación, cibermedios, convergencia.

Cyber Journalism in Ecuador. Case Studies of La Hora and Crónica, Newspapers from Loja

Abstract

This research presents the results of cyber journalism in Ecuador, based on a study performed in 2009. The aim was to analyze the printed and

Recibido: Octubre 2010 • Aceptado: Mayo 2011

* Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador. E-mail: drdianis@gmail.com

digital editions of the newspapers *Crónica de la Tarde* and *La Hora*, both from the city of Loja, to determine if the structure, form and organization of the journalistic contents of these newspapers are equivalent in their paper and electronic formats. In the thematic environment of information, on the cover of the two online media analyzed, the contents seem identical to their traditional issues. This is basically because the media are still handled according to content transfer; there are no specialized newsrooms that generate information for the Web.

Key words: Cyberjournalism, cyberparticipation, cybermedia, convergence.

1. Introducción

Desde los comienzos de la historia el hombre sintió la necesidad de comunicarse, en un inicio lo hizo a través de varios sistemas: jeroglíficos, piedras, etc. A partir de la aparición de ese gran aparato llamado imprenta, inventado por el alemán Johann Gutenberg en 1450, se conocieron muchas investigaciones que hasta ese entonces estaban ocultas a la gente. Este invento tuvo, sin duda, varias repercusiones, no solo en el ámbito de la comunicación, sino en todo, incluso en lo religioso.

A partir de esa época los periódicos tuvieron la oportunidad de imprimir sus primeros tirajes en ‘tamaño sábanas’, y a pequeña escala. De esta manera comenzamos a conocer los diarios que procedían de varios lugares del mundo, mejorando, por supuesto, sus ediciones permanentemente y ajustándose a las necesidades de la gente y de las tecnologías que cada día invadían el mercado de la comunicación.

Desde el origen de la Internet se inició una red de comunicación global que, sin duda, fue y es aprovechada por los medios de comunicación tradicionales, se inició así el ciberespacio, que no es otra cosa que la comunidad que se crea dentro de la ‘gran red’ - sociedad.

El inmenso avance de la tecnología y de Internet y las transformaciones sociales y comunicativas que ha propiciado, y sigue propiciando, son los que han provocado un cambio radical en los medios de comunicación y paralelo a ello, en el uso de herramientas y en la forma de pensar de sus audiencias. Ante esta situación, las empresas informativas tradicionales se ven impulsadas a adaptar sus ediciones a las nuevas corrientes.

Hace 16 años los diarios empezaron a migrar sus contenidos a la web; iniciaron el ciberperiodismo (término acuñado, entre otros, por el español Ramón Salaverría), que enriquece el futuro de los medios, pues ya no solo ofrecerán información en los canales y formatos tradicionales, sino también mediante interactividad, hipertextualidad y multimedialidad, tres elementos que se pueden conseguir con el soporte digital de la llamada red de redes.

En este sentido, resulta interesante tomar como punto de partida la definición que propone Ramón Salaverría (2005: 21) “la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos”.

En su definición, Salaverría hace referencia a que existe un soporte diferente, que ha modificado los tres conceptos básicos del periodismo tradicional: investigar, producir y difundir, deja entrever que pueden compartir elementos comunes, pero con manifestaciones distintas, con un sólo objetivo mejorar la calidad de la información que se difunde.

La aproximación al llamado ciberperiodismo exige indagar y comprender el proceso de la convergencia digital y los distintos medios técnicos que propician el salto de la comunicación impresa a la electrónica, virtual, multimedia e hipermedia.

A pesar de la escasa penetración de internet, en los años 90 muchos periódicos del mundo empezaron a migrar sus contenidos impresos a la web. Nuestro país no fue la excepción, primero -aunque un poco tardíamente- lo hizo diario *Hoy*. En la actualidad, los 27 periódicos de circulación diaria del Ecuador tienen versión web.

En este contexto el periodista José Rivera (2007: 22) señala que “el primer intento de medio digital en Ecuador fue el boletín informativo de Diario *Hoy*, que apareció por el año 1995 y en ese momento constituyó el único nexo para cientos de ecuatorianos en el exterior. Este boletín era un resumen diario de noticias; y el servicio fue realmente importante en el conflicto fronterizo del año 1995. Posteriormente el grupo *Hoy* creó un sitio web, que ofrecía una versión gráfica de la primera plana del diario, así como información adicional, incluso con una edición electrónica del suplemento ‘La Epopeya del Cenepa’”.

A la par Christian Espinosa en su blog *Cobertura Digital* manifiesta que otro de los pioneros es diario *El Comercio*, en el año 1996. Su pági-

na principal era una nota escaneada de la edición impresa con un enlace a la nota desplegada de la misma edición, además de un índice de enlaces adicionales hacia las otras secciones.

Según el mismo blog, para 1999 este medio contaba con una edición parecida a la impresa, era plana pero estaba mejor organizada que la primera. En el 2000 incorpora el menú de navegación y banners juntamente con un servicio de envío de titulares por e-mail.

En el ámbito internacional hay que mencionar el panorama norteamericano. Los primeros diarios en estar en la web fueron: *New York Times*, *The Wall Street Journal* y *Chicago Tribune*. En el ámbito del ciberperiodismo de España, Díaz y Meso (1999: 20) expresan que [...] “es el veterano *Boletín Oficial del Estado*, el más antiguo periódico español (*La Gaceta de Madrid*) quien tiene el honor de ser el primer diario electrónico español”. Coinciden con estos autores Canga y Coca (2000: 26). Posteriormente Edo (2008: 183) dice que en “1995 aparecen las primeras ediciones electrónicas de *Avui* y de *El Periódico*. En junio de ese mismo año comparece *La Vanguardia* y, en el mes de septiembre, el diario *ABC*. Marzo del 96 es la fecha de arranque de *El Mundo*, y *El País* pone en marcha la edición digital al cumplir sus primeros veinte años, en mayo de ese mismo año”.

El estudio pretende aclarar el panorama actual del ciberperiodismo en Ecuador, y de manera particular en los cibermedios locales de la ciudad de Loja, con el propósito de deducir las diferencias entre el periodismo tradicional y el ciberperiodismo.

2. Método

Para dar respuesta a las dudas que surgen en esta investigación, se aplicó un análisis de contenido a las portadas de los dos diarios en sus versiones impresa y digital. Asimismo, se realizaron entrevistas a editores y periodistas conocedores del tema en Ecuador con la enunciación de una serie de preguntas específicas y relacionadas con el tema.

La primera técnica se aplicó durante los meses de abril y mayo de 2009, a través de un calendario aleatorio, de “semana compuesta”. Las entrevistas fueron aplicadas a los editores de los dos medios de comunicación locales y a los tres nacionales, para conocer de primera mano la información referente al tratamiento de contenidos. Asimismo, se entre-

vistó a tres periodistas conocedores de la realidad digital en el país: Christian Espinosa, Pablo Escandón y Fernando Astudillo.

2.1. Estrategias metodológicas

Para lograr el objetivo propuesto, se efectuó un análisis de contenido durante el mes de abril y mayo de 2009, a través de un calendario aleatorio, de “semana compuesta”.

El uso en esta investigación del análisis de contenido es porque, según afirma Krippendorff (1997: 27) “ha llegado a ser un método científico capaz de ofrecer inferencias a partir de datos esencialmente verbales, simbólicos o comunicativos. Más allá de su continuo compromiso con cuestiones psicológicas, sociológicas y políticas sustanciales, en los últimos ochenta años ha aumentado de forma exponencial el interés por el uso de esta técnica y se ha procurado establecer criterios adecuados de validez”. Otra justificación importante para optar por dicho tipo de análisis es porque partimos de la premisa básica de que los contenidos juegan un papel fundamental tanto en la edición digital como impresa de un medio. Y, para profundizar en el estudio fueron entrevistados cada uno de los editores de los medios locales.

2.2. Población y muestra

Se analizaron las portadas de siete ediciones de los dos medios: *Crónica de la Tarde* y *La Hora*, tanto en su versión impresa como digital. Se eligió los medios locales, porque lo cercano es lo que en este momento es de interés; posteriormente teniendo como base una visión local de cómo se desarrollan los medios, tanto en sus ediciones digitales como impresas, se puede realizar una investigación a nivel nacional.

La investigación trabajó con las primeras páginas de las ediciones impresas de los dos diarios locales. En el caso de *Crónica de la Tarde* con los números 7.418, 7.425, 7.430, 7.437, 7.449 y 7.456¹, que corresponden a los días 1, 9 y 17 de abril y 3, 11 y 19 de mayo de 2009; y con las respectivas ediciones digitales de esos mismos días. En cuanto a diario *La*

1 Hay que indicar que los días sábados el diario no se publica por motivos administrativos. Por ello la edición del 25 de abril, no formó parte de este análisis.

Hora fueron los números 4.418, 4.426, 4.434, 4.443, 4.450, 4.458 y 4.466, durante los días 1, 9, 17 y 25 de abril y 3, 11 y 19 de mayo de 2009. Al igual que el anterior medio fue analizada a la par la edición digital.

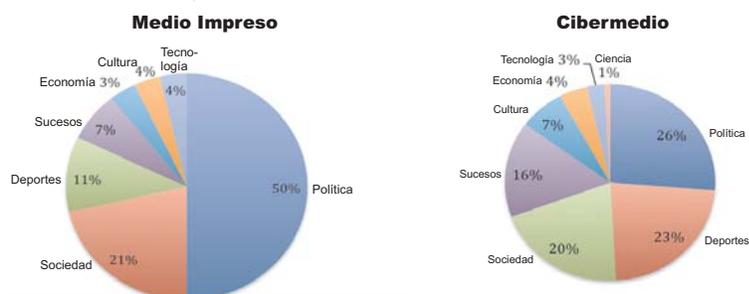
3. Resultados

3.1. Elementos comunes a los dos cibermedios

La información de la portada de los dos cibermedios, es idéntica a sus versiones tradicionales. Esto se debe básicamente a que los medios aún se manejan bajo un traslado de contenidos, no existen salas de redacción especializadas que generen información para la Red.

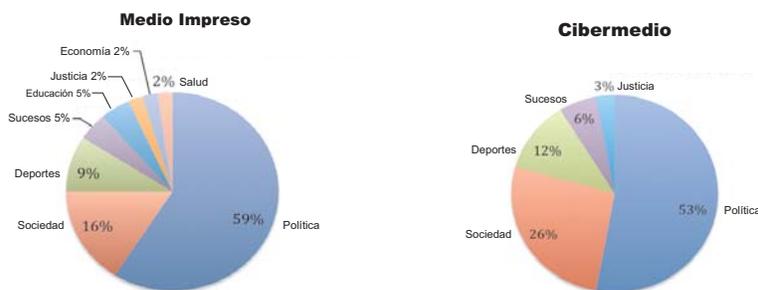
Ambos diarios dan prioridad a la información de ámbito político, deportes, sociedad y sucesos en sus dos versiones.

Gráfico 1 y 2. Temas de diario *Crónica*



Fuente: Elaboración propia, 2009.

Gráficos 3 y 4. Temas diario *La Hora*



Fuente: Elaboración propia, 2009.

Los diarios locales tienen como fuentes de información: las instituciones públicas y privadas, ciudadanos, fuentes directas y de vez en cuando por el tema internacional acuden a los contenidos que publican las agencias de noticias. Ocupan el primer lugar las instituciones, éstas tienen como voceros principales a sus directivos y en algunos casos a los relacionistas públicos.

Lo mismo sucede con la versión digital porque básicamente es una transferencia de contenidos.

Gráfico 5. Fuentes diario *Crónica*

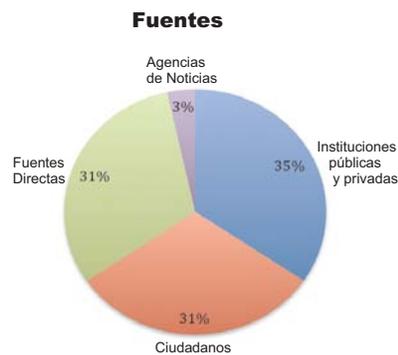


Gráfico 6. Fuentes diario *La Hora*

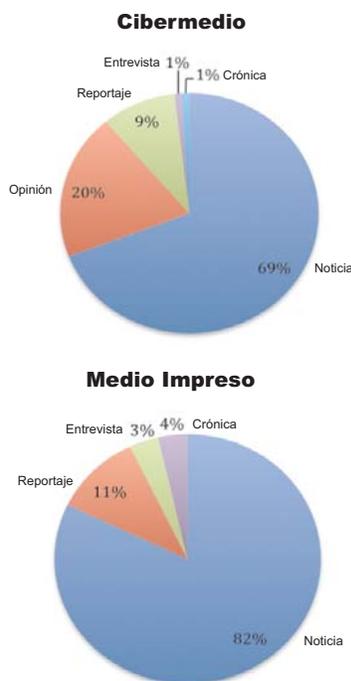


Fuente: Elaboración propia, 2009.

Los géneros periodísticos son las distintas modalidades que permiten dar a conocer la información. Para Martínez Albertos (1991, citado en Edo, 2008: 48) son “principios de conocimiento del mensaje informativo en su dimensión de texto literario, teniendo en cuenta que este mensaje es de alguna manera la expresión de las posibilidades humanas para lograr un cierto grado de comunicación de hechos y de ideas mediante un no desdeñable nivel de creación estética en el uso de la palabra”.

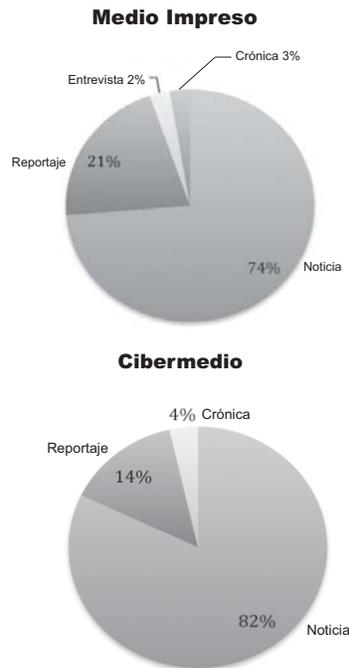
Del análisis efectuado se deduce que el género más utilizado en ambos ciberdiarios en sus dos versiones es la noticia. Es decir, se publican hechos de actualidad que merecen ser informados por su relevancia social. Le siguen el reportaje. Posteriormente tenemos la entrevista y la crónica.

Gráficos 7 y 8. Géneros periodísticos de diario *Crónica*



Fuente: Elaboración propia, 2009.

Gráficos 9 y 10. Géneros periodísticos de diario La Hora



Fuente: Elaboración propia, 2009.

Como dicen Armentia et al. (2000: 76) “los *links*, *hiperlinks* o hiperenlaces nos permiten ampliar la información sobre un determinado tema mediante lo que se ha venido en denominar hipertexto: un vínculo en una o varias palabras de un texto o una imagen que nos remite a otra página web donde podemos encontrar información complementaria”. Es decir, los enlaces son elementos importantes en un cibermedio, justamente para ayudar a los usuarios, de acuerdo a sus necesidades a ampliar la información.

En cuanto al uso de enlaces y frecuencia de actualización, el tratamiento es similar en los dos cibermedios, utilizan *links* internos y permiten ver la información completa haciendo clic en el titular de las noticias. Actualizan la información todos los días, en dos bloques, por la mañana y en la tarde.

3.2. Diferencias pequeñas entre los dos cibermedios

Es importante indicar que la concepción periodística de los dos sitios es idéntica, abordan el mismo tipo de información y están dirigidos al mismo tipo de público. Sin embargo existen algunas diferencias básicas, entre ellas el uso de gráficos. Diario *Crónica*, de las 28 informaciones analizadas de la portada tradicional, 17 tienen fotografías (61%), y 11 no tienen (39%). En su versión digital sucede todo lo contrario, de las 114 informaciones, 30 hacen uso de fotografías (26%), y las 84 restantes únicamente constan de titular y texto lo que equivale al 74% de noticias que no tienen fotografías y ningún otro elemento gráfico.

La edición impresa de *La Hora* publica cinco fotografías en la portada de cada edición. La más grande forma parte de la noticia de mayor importancia y el resto tienen una orientación casi similar, que suele variar de acuerdo a la relevancia de la información. En el cibermedio igual cinco son las fotografías que se publican en la portada, la foto de la noticia más relevante se puede ampliar de medidas y el resto son de menor dimensión.

Los dos ciberdiarios son pobres en el uso de multimedia. *Crónica* únicamente presenta fotografías estáticas, en cambio *La Hora* hace uso de fotografías simples y saca provecho de las imágenes en movimiento en la publicidad.

En cuanto al uso de elementos de ciberparticipación, los dos cibermedios tienen un buscador, suscripción de noticias, servicio de RSS, correos electrónicos. Sin embargo los usuarios de diario *La Hora* pueden participar en foros y encuestas.

El manejo de herramientas 2.0 es un tema poco explotado por los ciberdiarios locales, usan el twitter y facebook para dar a conocer las noticias del día, estas cuentas reciben muy poco retroalimentación.

4. Conclusiones

1. Los periódicos locales de la ciudad de Loja se encuentran en la etapa inicial del ciberperiodismo, aún no existen salas de redacción especializadas que generen información para la Red. El proceso de migración de contenidos lo realiza una persona que hace las veces

de webmaster², quien recibe un bloque de información de parte del editor.

2. Los puntos analizados en los dos medios lojanos: temas, fuentes, géneros periodísticos, uso de gráficos, enlaces, actualización, multimedia, elementos de ciberparticipación y herramientas web 2.0, a través de una semana compuesta durante el mes de abril y las tres primeras semanas de mayo de 2009, demuestran que el ámbito temático de la información en la portada de los dos cibermedios analizados, es idéntico a sus ediciones tradicionales. Esto se debe básicamente a que los medios aún se manejan bajo un sistema de migración íntegra de contenidos.
3. Los diarios locales estudiados no utilizan de forma eficaz los recursos técnicos que Internet ofrece, solo hacen uso de fotos simples, no incluyen audios, videos, fotogalerías, como sucede en algunos diarios nacionales e internacionales que han explotado de manera eficaz estas herramientas. La parte gráfica y multimedia es sin duda una posibilidad que hay que explotar en estos dos medios. De lo que se puede observar la publicidad es la única que aprovecha las imágenes en movimiento.
4. Por otra parte, no son generosos en el empleo de hipervínculos, solo permiten visualizar las notas completas haciendo clic en el titular o en la palabra artículo completo. No tienen enlaces externos que permitan contrastar con otras informaciones del ciberespacio.

Referencia bibliográficas

- Armentia, José *et al.* (2000). **El Diario Digital**. Barcelona, Editorial Bosch, S.A.
- Campos Freire, Francisco (2008). **Gestión de nuevas empresas periodísticas**, Loja, Universidad Técnica Particular de Loja, Editorial Universitaria.
- Canga, Jesús y Coca, César (2000). **Diarios digitales. Apuntes sobre un Nuevo Medio**. Bilbao, Universidad del País Vasco, Servicio Editorial.

2 Los webmaster de ambos ciberdiarios son estudiantes de la carrera de Ingeniería en Sistemas.

- Díaz, Javier y Meso, Koldo (1999). **Periodismo en Internet: Modelos de la prensa digital**. Bilbao, Universidad del País Vasco, Servicio Editorial.
- Edo, Concha (2008). **Periodismo Informativo e Interpretativo**. Loja, Editorial UTPL y Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Gil, Quim (1999). "Diseñando el periodista digital", **Sala de Prensa**. N. 13, noviembre, disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art89.htm> (Consulta: 2009, 14 de julio).
- Krippendorff, Klaus (1997). **Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica**. Buenos Aires, Editorial Paidós, SAICF.
- Rivera, José (2007). **La internet y su repercusión en los medios de comunicación del Ecuador**. Monografía para Diplomado, Quito, Universidad Central del Ecuador.
- Salaverría, Ramón (2005). **Redacción periodística en Internet**. Pamplona, EUNSA.
- Varela, Juan (2005). Blogs vs. MSM. Periodismo 3.0, la socialización de la información, **Revista Telos** 65. 68-76. Madrid, España.